PENGARUH *AESTHETICS VALUE, PLAYFULNESS VALUE, EXCELLENCE VALUE, DAN ECONOMIC VALUE TERHADAP ATTITUDINAL LOYALTY* MELALUI *SATISFACTION* PADA GRAMEDIA STORE DI SURABAYA

OLEH :
YOENG FERA
3103015270

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2018

HALAMAN JUDUL

PENGARUH *AESTHETICS VALUE, PLAYFULNESS VALUE, EXCELLENCE VALUE, DAN ECONOMIC VALUE TERHADAP ATTITUDINAL LOYALTY* MELALUI *SATISFACTION* PADA GRAMEDIA STORE DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH :

YOENG FERA

3103015270

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2018

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *AESTHETICS VALUE, PLAYFULNESS VALUE, EXCELLENCE VALUE, DAN ECONOMIC VALUE TERHADAP ATTITUDINAL LOYALTY* MELALUI *SATISFACTION* PADA GRAMEDIA STORE DI SURABAYA

Oleh :

YOENG FERA

3103015270

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing 1	Pembimbing 2
Dr.Margaretha Ardhanari, SE., M.Si	Yulika Rosita Agrippina, S.M., MIB
Tanggal : 15 April 2019	Tanggal : 15 April 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Yoeng Fera dengan NRP 3103015270 Telah diuji pada tanggal 26 Juni 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim penguji.

A.n. Ketua Tim Penguji

Sekretaris Tim Penguji

Drs. Ec.Cyrillius Martono, M.Si.

NIK. 311.89.0168

Mengetahui

Dekan

Dr. Lodovicus Lasdi, M.M
NIK. 321. 99. 0370

Ketua Jurusan

Robertus Sigit H.L, SE.,M.Se
NIK: 311.11.0678

PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan di bawahini:

Nama : Yoeng Fera

NRP : 3103015270

Judul : PENGARUH *AESTHETICS VALUE, PLAYFULNESS VALUE, EXCELLENCE VALUE, DAN ECONOMIC VALUE TERHADAP ATTITUDINAL LOYALTY* MELALUI *SATISFACTION* PADA GRAMEDIA STORE DI SURABAYA

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apa bila karya ini merupakan plagiarism, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas KatolikWidya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 2018

Yang menyatakan,

Yoeng Fera

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan atas segala kasih, hikmat dan penyertaan-Nya diberikan kepada penulis sehingga dapat menyusun dan menyelesaikan skrispi yang berjudul "Pengaruh *Aesthetics Value, Playfulness Value, Excellence Value, Dan Economic Value Terhadap Attitudinal Loyalty* Melalui *Satisfaction* Pada Gramedia Store Di Surabaya".

Penyusun skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung membantu penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bpk. Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bpk. Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu. Dr.Margaretha Ardhanari, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengarahan dan ide cemerlang yang sangat berguna sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu. Yulika Rosita Agrippina, S.M., MIB selaku dosen pembimbing yang juga telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengajaran dan pengarahan yang sangat membantu, ide dan saran-saran yang sangat berguna dan dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Semua dosen dan tata usaha Universitas Katolik Widya Mandala yang selama ini telah memberikan saran yang berguna bagi penulis.
6. Orang tua dan Saudara penulis yang telah memberikan dukungan, doa dari awal hingga akhir, dan selalu mengusahakan yang terbaik bagi penulis.

7. Kawan-kawan di grup Bimbingan Ibu Etha dan Ibu Agrippina atas bantuan, dukungan, motivasi, saran, dan doa untuk kelancaran skripsi ini. Terima kasih untuk yang selalu berbagi ide-ide dan informasi yang berguna bagi penulis.
8. Teman-teman kos Blambangan No 5 dan Firrly yang selalu membantu dan dukungan dan doa bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih terdapat kekurangan, oleh karena itu kritik maupun saran yang membangun penulis dan sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pihak yang membaca dan memerlukannya.

Surabaya, Januari 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERSETUJUAN ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI iv
KATA PENGANTAR v
DAFTAR ISI vii
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR LAMPIRAN xiii
ABSTRAK xiv
ABSTRACT xv
BAB 1 PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 3
1.3. Tujuan Penelitian 3
1.4. Manfaat Penelitian 4
1.5. Sistematika Penulisan 4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA 6
2.1. Landasan Teori 6
2.1.1. *Attitudinal Loyalty* 6
2.1.2. *Satisfaction* 7
2.1.3. *Economic Value* 8
2.1.4. *Excellence Value* 8
2.1.5. *Playfulness Value* 9
2.1.6. *Aesthetics Value* 9
2.2. Penelitian Terdahulu 10
2.3. Pengembangan Hipotesis 12

2.3.1. Pengaruh Variabel *Aesthetics Value* Terhadap *Satisfaction* ... 12
2.3.2. PengaruhVariabel *Playfulness Value* Terhadap *Satisfaction* .. 12
2.3.3. Pengaruh Variabel *Excellence Value* Terhadap *Satisfaction* .. 13
2.3.4. Pengaruh Variabel *Economic Value* Terhadap *Satisfaction*.... 13
2.3.5. Pengaruh Variabel *Satisfaction* Terhadap *Attitudinal Loyalty* 13
2.4. Model Penelitian 14
2.5. Hipotesis Penelitian..... 14
BAB 3 METODE PENELITIAN..... 15
3.1. Jenis Penelitian..... 15
3.2. Identifikasi, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel..... 15
3.2.1. Variabel Eksogen (*Aesthetics Value, Playfulness Value, Excellence Value, Economic Value*)..... 15
3.2.2. Variabel Endogen (*Attitudinal Loyalty dan Satisfaction*)..... 17
3.3. Jenis dan Sumber Data 18
3.4. Skala Pengukuran..... 18
3.5. Alat dan Metode Pengumpulan Data 19
3.6. Populasi, Sampel dan Teknik Penyampelan 19
3.7. Teknik Analisis Data..... 20
3.7.1. Uji Normalitas..... 20
3.7.2. Uji Kecocokan Keseluruhan Modal..... 21
3.7.3. Uji Kecocokan Model Pengukuran 22
3.7.4. Uji Kecocokan Model Struktural 23
3.7.5. Uji Hipotesis 23
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN 24
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian 24
4.1.1. Jenis Kelamin 24
4.1.2. Usia..... 25
4.1.3. Pembelian di Gramedia Store 25
4.1.4. Pendidikan 26
4.1.5. Status/Pekerjaan..... 26
4.2. Deskripsi Data..... 27

4.2.1. Statistik Deskriptif Valiabel *Aesthetics Value* 28
4.2.2. Statistik Deskriptif Variabel *Playfulness Value* 29
4.2.3. Statistik Deskriptif Variabel *Excellence Value* 30
4.2.4. Statistik Deskriptif Variabel *Economic Value* 30
4.2.5. Statistik Deskriptif Variabel *Attitudinal Loyalty* 31
4.2.6. Statistik Deskriptif Variabel *Satisfaction* 32
4.3. Hasil Analisis Data 33
4.3.1. Uji Normalitas 33
4.3.2. Uji Kecocokan Model Keseluruhan 35
4.3.3. Uji Validitas 36
4.3.4. Uji Realibilitas 38
4.3.5. Uji Kecocokan Model Struktural 39
4.3.6. Uji Hipotesis 40
4.4. Pembahasan 42
4.4.1. Pengaruh Variabel *Aesthetics Value* Terhadap *Satisfaction* .. 42
4.4.2. PengaruhVariabel *Playfulness Value* Terhadap *Satisfaction*. 43
4.4.3. Pengaruh Variabel *Excellence Value* Terhadap *Satisfaction*. 44
4.4.4. Pengaruh Variabel *Economic Value* Terhadap *Satisfaction* .. 45
4.4.5. Pengaruh Variabel *Satisfaction* Terhadap *Attitudinal Loyalty* 45
4.4.6. Pengaruh Tidak Langsung *Aesthetics Value* Terhadap *Satisfaction* 46
4.4.7. Pengaruh Tidak Langsung *Playfulness Value* Terhadap *Satisfaction* 46
4.4.8. Pengaruh Tidak Langsung *Excellence Value* Terhadap *Satisfaction* 47
4.4.9. Pengaruh Tidak Langsung *Economic Value* Terhadap *Satisfaction* 47
BAB 5 KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN 49
5.1. Kesimpulan 49
5.2. Keterbatasan 49

5.3. Saran 50
5.3.1. Saran Akademis 50
5.3.2. Saran Praktis 50
DAFTAR PUSTAKA 52
LAMPIRAN .....

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu 11
Tabel 4.1. Jenis Kelamin 24
Tabel 4.2. Usia 25
Tabel 4.3. Pembelian di Gramedia Store 25
Tabel 4.4. Pendidikan Terakhir 26
Tabel 4.5. Status Pekerjaan 26
Tabel 4.6. Interval Rata-rata Skor 28
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel *Aesthetics Value* 28
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel *Playfulness Value* 29
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel *Excellence Value* 30
Tabel 4.10. Statistik Deskriptif Variabel *Economic Value* 31
Tabel 4.11. Statistik Deskriptif Variabel *Attitudinal Loyalty* 32
Tabel 4.12. Statistik Deskriptif Variabel *Satisfaction* 33
Tabel 4.13. Hasil Uji Normalitas Data *Univariate* 34
Tabel 4.14. *Test of Multivariate Normality for Continuous Variables* 35
Tabel 4.15. Ikhtisar *Goodness of Fit Indeks* 36
Tabel 4.16. Hasil Uji Validitas 37
Tabel 4.17. Hasil Perhitungan Uji *Construct Reliability* 38
Tabel 4.18. *Structural Equation* 39
Tabel 4.19 Pengujian Hipotesis 41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4. Model Penelitian 14

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner
Lampiran 2.	Data Hasil Jawaban Responden
Lampiran 3.	Identitas Responden
Lampiran 4.	*Statistic Deskriptif*
Lampiran 5.	Uji Normalitas
Lampiran 6.	Syntax
Lampiran 7.	*Cofariance Matrix*
Lampiran 8.	Validitas
Lampiran 9.	*Structral Equation*
Lampiran 10.	Pengujian Hipotesis
Lampiran 11.	Reabilitas
Lampiran 12.	*Goodness of Vit Statistics*
Lampiran 13.	Path Digram T-Value
Lampiran 14.	*Path Diagram Estimates*
Lampiran 15.	*Path Diagram Standardize Solution*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh empat variabel yaitu aesthetics value, playfulness value, excellence value dan economic value terhadap attitudinal loyalty melalui satisfaction sebagai mediasi. Objek dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja di Gramedia Store wilayah Surabaya. Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM dan menggunakan program LISREL. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah nonprobability sampling, dengan cara purposive sampling. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 150 responden. Hasil penelitian ini membuktikan (1) Aesthetics value berpengaruh positif dan signifikan terhadap satisfaction pada Gramedia Store di Surabaya, (2) Playfulness value berpengaruh positif dan signifikan terhadap satisfaction pada Gramedia Store di Surabaya, (3) Excellence value berpengaruh positif dan signifikan terhadap satisfaction pada Gramedia Store di Surabaya, (4) Economic value negatif dan tidak signifikan pada Gramedia Store di Surabaya (5) Satisfaction berpengaruh positif dan signifikan terhadap attitudinal loyalty pada Gramedia Store di Surabaya.

Kata Kunci : *Aesthetics Value, Playfulness Value, Excellence Value , Economic Value, Attitudinal Loyalty, Satisfaction.*

THE EFFECT OF AESTHETICS VALUE, PLAYFULNESS VALUE, EXCELLENCE VALUE, AND ECONOMIC VALUE ON ATTITUDINAL LOYALTY THROUGH SATISFACTION IN GRAMEDIA STORE IN SURABAYA

ABSTRACT

This research was conducted with the aim to determine the effects of four variables, namely aesthetics value, playfulness value, excellence value and economic value towards attitudinal loyalty through satisfaction as mediation. The object in this study are customers who have shopped at the Gramedia Store in Surabaya. The technical analysis of the data used in this study is SEM and uses the LISREL 8 software program. The sampling technique used was nonprobability sampling, by purposive sampling. The sample used in this study amounted to 150 respondents. The results of this study prove that (1) Aesthetic values has a positive and significant effect on satisfaction at the Gramedia Store in Surabaya, (2) Playfulness value has a positive and significant effect on satisfaction at the Gramedia Store in Surabaya, (3) Excellence value has a positive and significant effect on satisfaction at Gramedia Store in Surabaya, (4) Negative and not significant economic value at Gramedia Store in Surabaya (5) Satisfaction has a positive and significant effect on attitudinal loyalty at Gramedia Store in Surabaya.

Keywords: *Aesthetics Value, Playfulness Value, Excellence Value , Economic Value, Attitudinal Loyalty, Satisfaction.*